

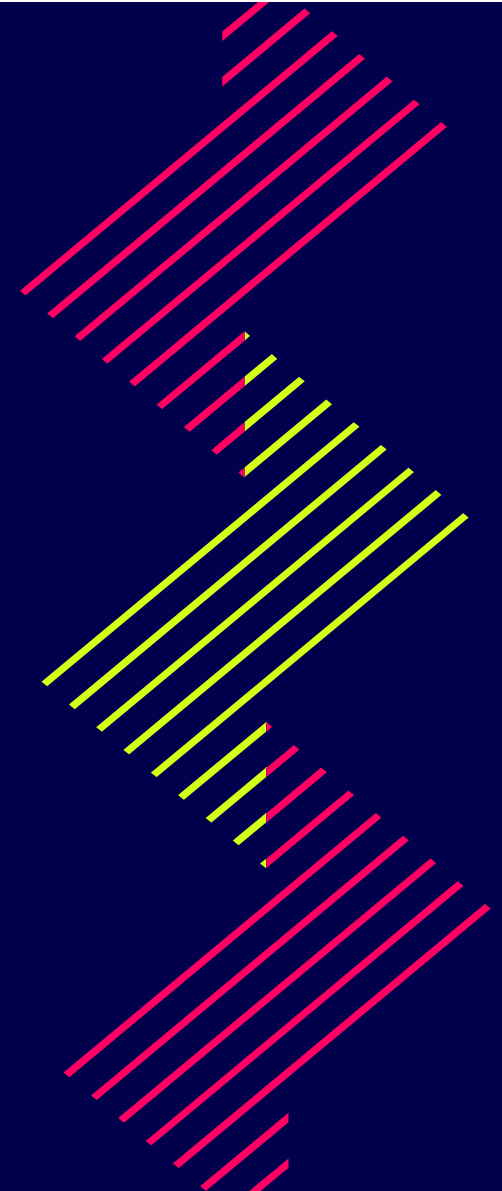
AQPM Congrès 2024

Habitudes de consommation

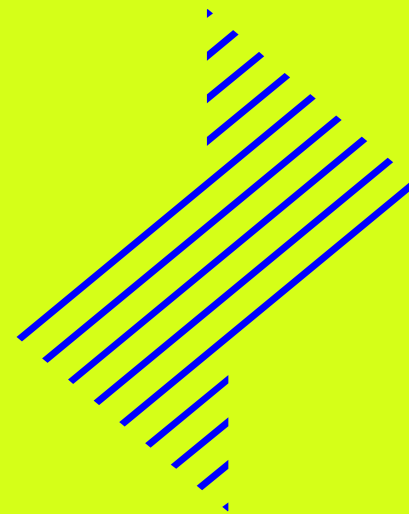


FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND



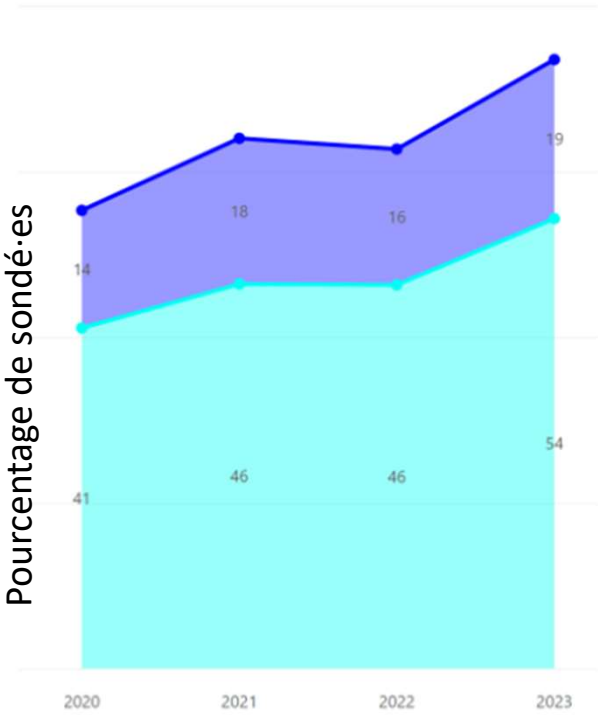
Quelques chiffres en préambule



Équipement en télévision connectée

Télévision intelligente / Clé de diffusion en continu

Francophones

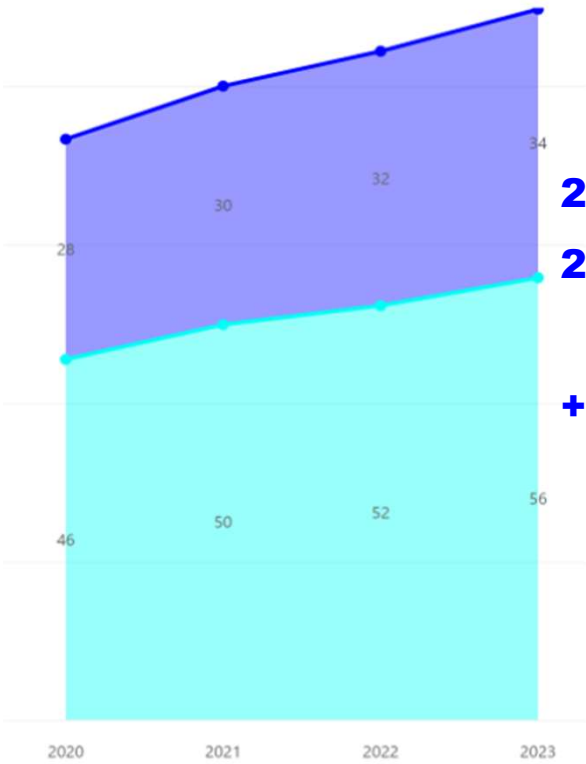


2020: 55,3%
2023: 73,5%

+ 18 points

- Télévision intelligente
- Clé de diffusion en continu

Anglophones



2020: 73,3%
2023: 89,7%

+ 16 points

Source: GWI – Canada – 2020-2023

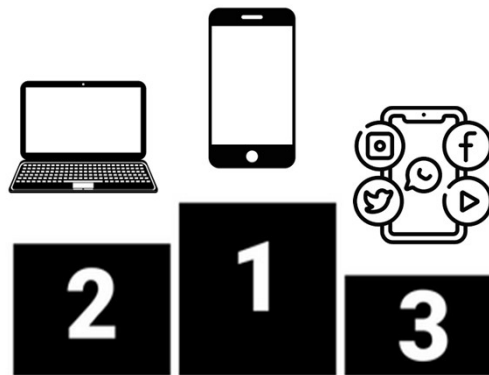
Que font les gens durant la journée?

Passer du temps en ligne

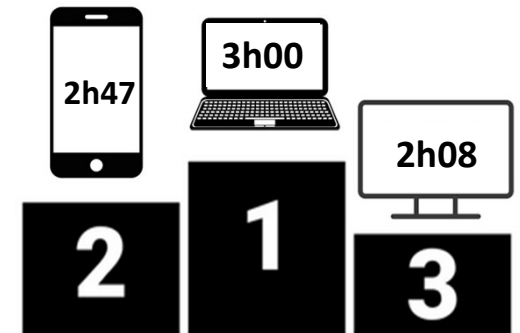


16 – 54 ans

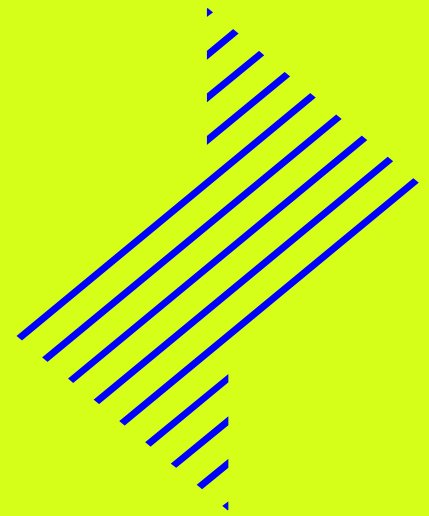
16 – 34 ans



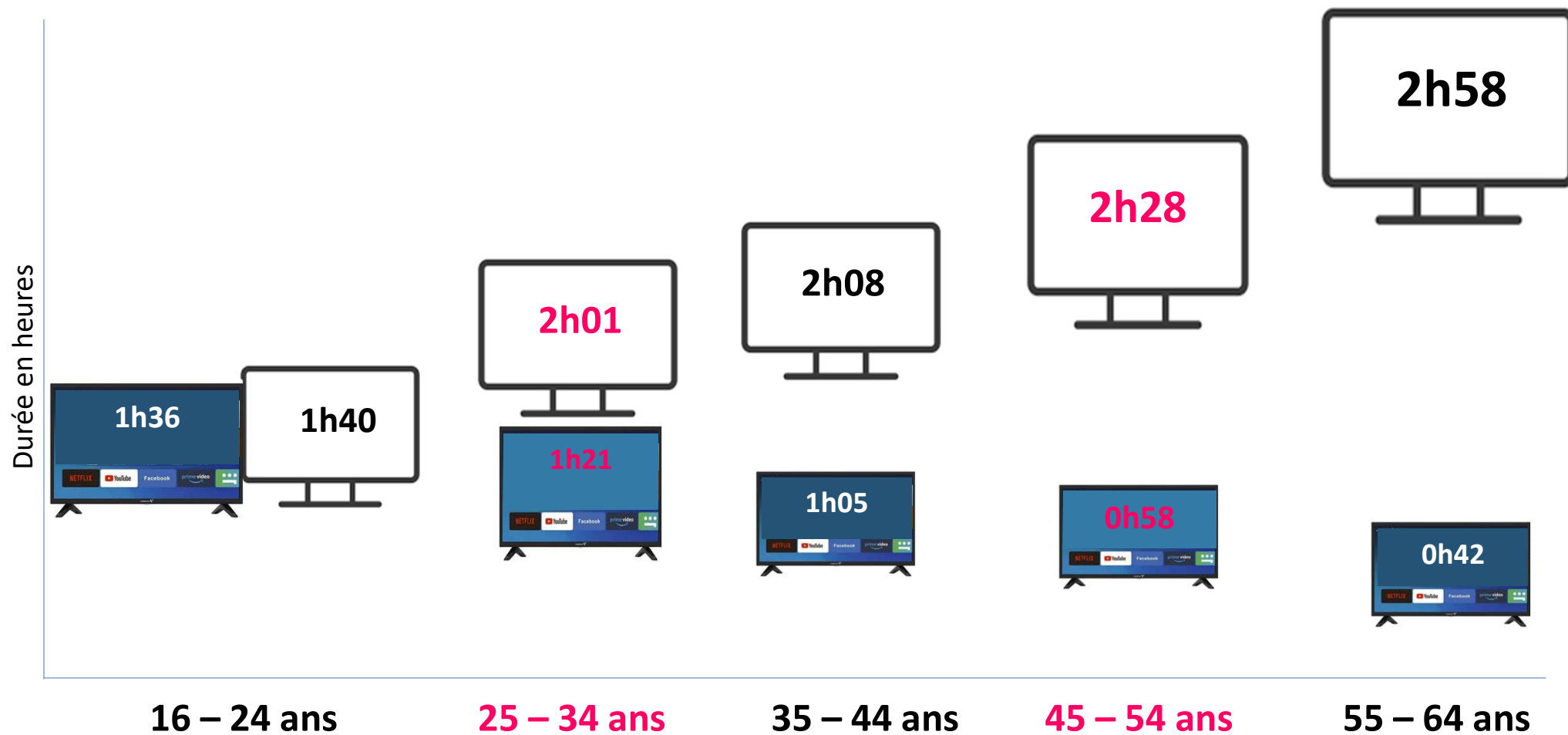
35 – 44 ans



La télévision tient bon !

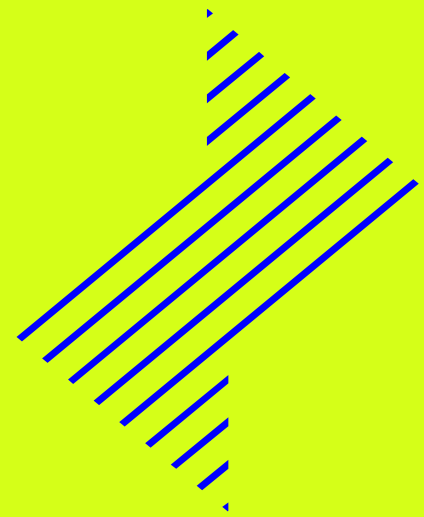


Temps passé devant la télévision

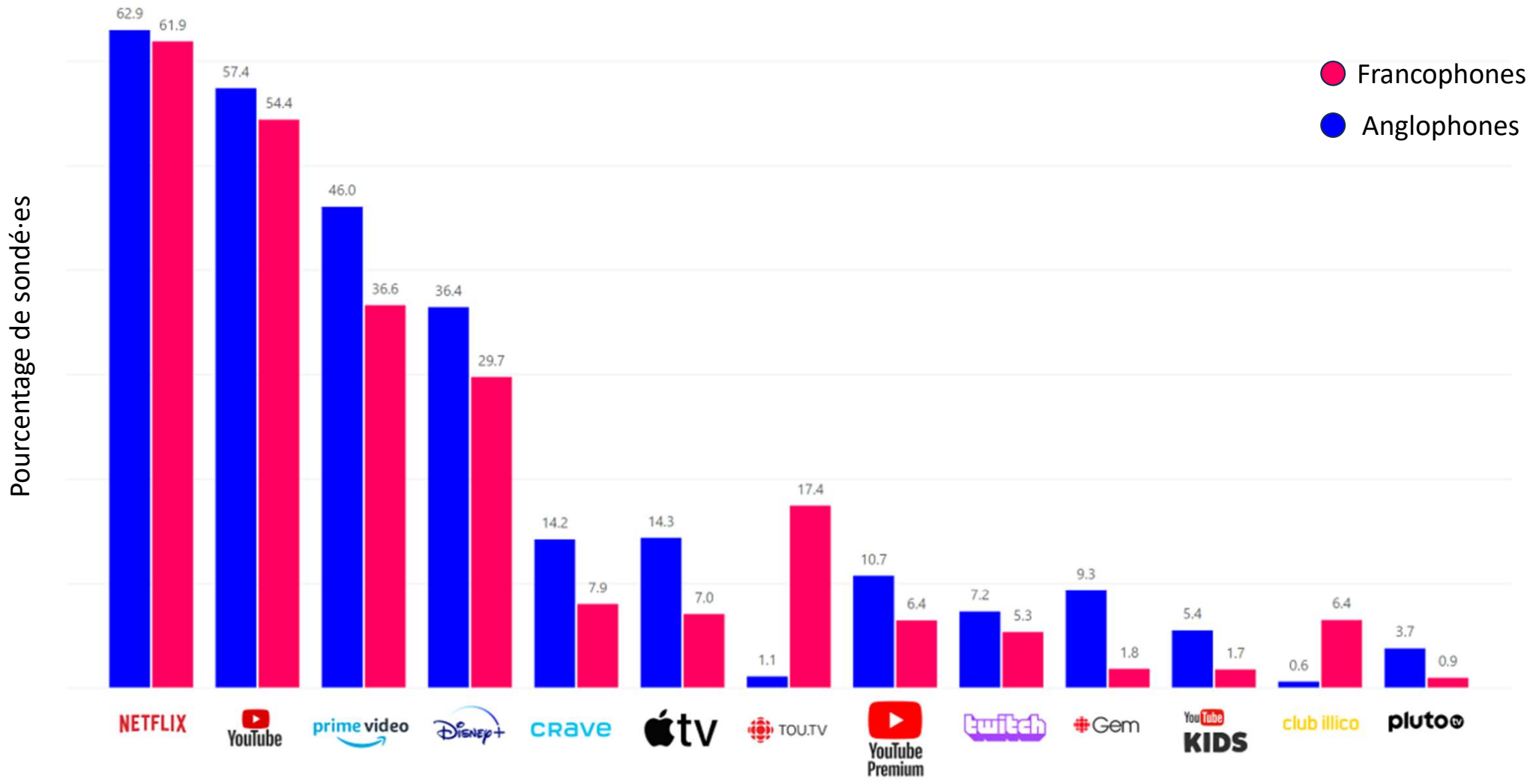


Source: GWI – Canada francophone – 2023

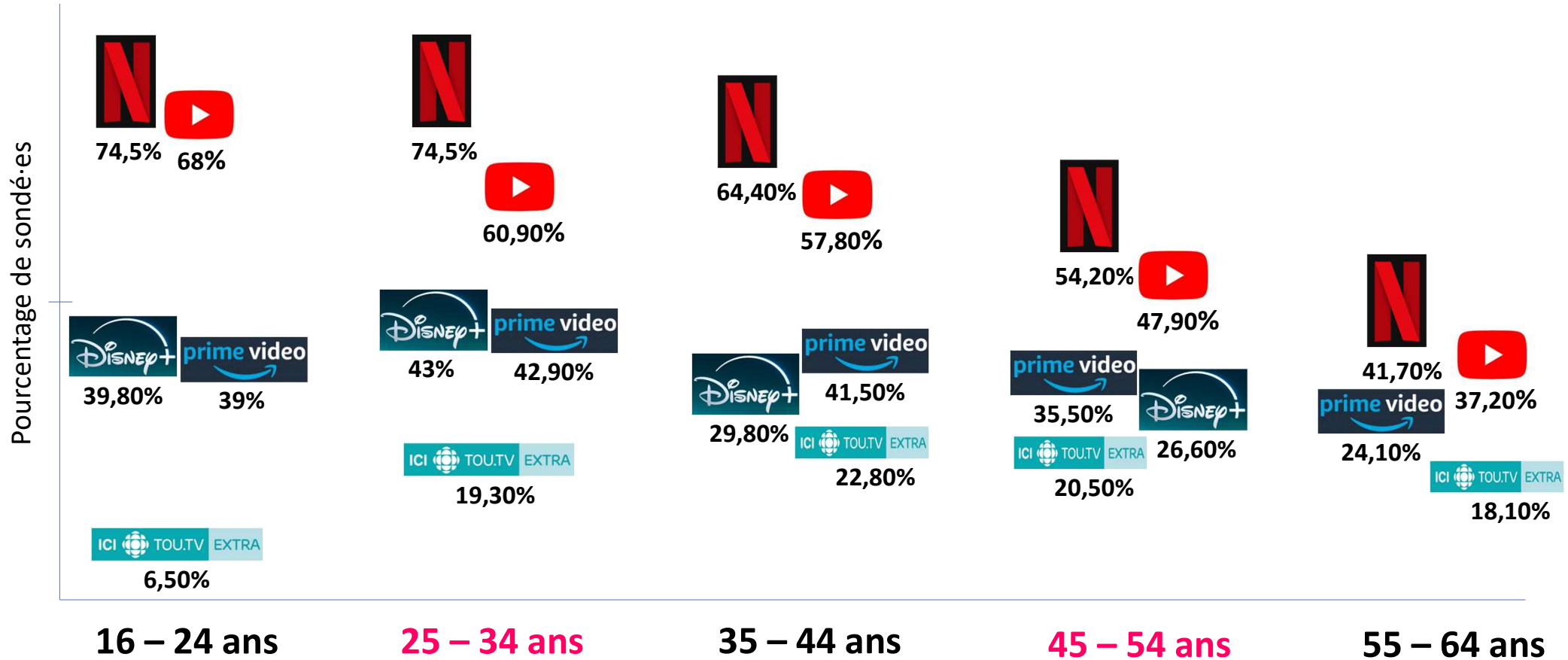
À la conquête du salon



Plateformes de diffusion en continu les plus populaires au Canada en 2023



En détail au Canada francophone (2023)



Source: GWI – Canada francophone – 2023

PRINTEMPS 2024

PERSPECTIVES

UNE PUBLICATION DE L'ÉQUIPE PROSPECTIVE ET INNOVATION DU FMC

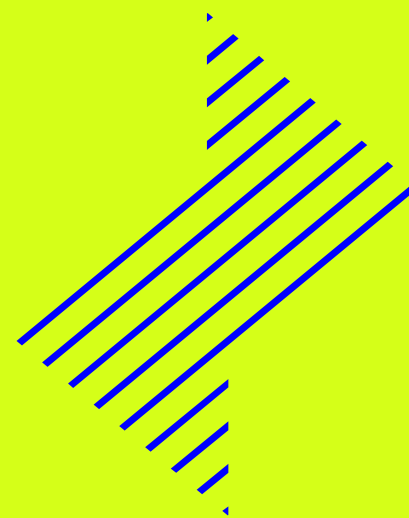


EMBRASSER LE CHANGEMENT



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND



FMC

Prospective & Innovation

Florence Girot

MERCI



FONDS DES MÉDIAS
DU CANADA

CANADA
MEDIA FUND

